
JURNAL PENGABDIAN MASYARAKAT

DARMA ABDI KARYA

VOLUME 2 NO 1
JUNI 2023

darmaabdikarya@plb.ac.id

e-ISSN: 2986-8696

PENDAMPINGAN PEMBUATAN WEBSITE UNTUK PEMASARAN WISATA DAN UMKM MELALUI INTERNET

Tri Rochmadi¹, Avriillaila Akbar
Harahap², Asti Ratnasari³, Nanik
Wijaya⁴

Program Studi Sistem Informasi,
Universitas Alma Ata^{1,2,3,4}

Article history

Received : 1 Juni 2023

Revised : 15 Juni 2023

Accepted : 15 Juni 2023

*Corresponding author

Email : trirochmadi@almaata.ac.id

ABSTRAK

Industri pariwisata sangat berpotensi membuka lapangan kerja di lingkungan tempat wisata. Pasar Kebon Empring mengalami penurunan wisatawan sejak pandemi Covid 19. Kebon Empring selain wisata juga ada kegiatan perekonomian dari pelapak UMKM di wisata tersebut. Supaya wisata dan UMKM di Pasar Kebon Empring kembali bergerak dan menggeliat lagi, diperlukan website untuk sarana promosi. Pendampingan dan pembuatan website dilakukan melalui tahapan pengembangan dengan pendekatan agile. Hasil dari kegiatan, ditemukan bahwasanya pengelola mengalami kesulitan dalam pembuatan. Sehingga kegiatan ini akan dilaksanakan berkelanjutan dalam waktu mendatang, agar website dapat segera digunakan sebagai sarana promosi. Diharapkan dengan website tersebut semakin memberikan banyak informasi tentang Pasar Kebon Empring dan meningkatkan wisatawan.

Kata Kunci: website; wisata; umkm; agile

ABSTRACT

The tourism industry has the potential to create jobs in tourist areas. The Kebon Empring Market has experienced a decline in tourists since the Covid 19 pandemic. Apart from tourism, Kebon Empring also has economic activities from MSME pelapak in this tour. In order for tourism and MSMEs at Kebon Empring Market to move and stretch again, a website is needed as a means of promotion. Assistance and website creation are carried out through development stages with an agile approach. As a result of the activity, it was found that managers experienced difficulties in making. So that this activity will be carried out continuously in the future, so that the website can be immediately used as a means of promotion. It is hoped that this website will provide more information about Kebon Empring Market and increase tourists.

Keywords: website; tour; msme; agile

© 2022 Damkar

PENDAHULUAN

Industri pariwisata sangatlah penting sebagaimana yang disampaikan oleh Menteri Pariwisata dan Ekonomi Kreatif, Mari Elka Pangestu. Adanya destinasi wisata menambah atau membuka lapangan kerja baru yang secara tidak langsung mengangkat pertumbuhan ekonomi (Agustian, 2013) melalui industri kreatif baik dari sisi perangkat lunak, konten multimedia, teknologi informasi dan kerajinan barang seni (Nazamuddin, 2016). Wisata alam, Pasar Kebon Empring sebelum adanya pandemi Covid 19 ramai dikunjungi wisatawan. Adanya pandemi Covid 19, kawasan wisata Pasar Kebon Empring ditutup seiring kebijakan dari pemerintah. Sejak diberlakukan PPKM, Pasar Kebon Empring kembali dibuka, namun wisatawan yang berkunjung tidak seramai sebelum Pandemi Covid 19. Sehingga, perekonomian wisata dan UMKM dari Pasar Kebon Empring juga lesu karena minimnya pengunjung.

Berdasarkan observasi dan wawancara dengan pengelola Pasar Kebon Empring, bahwasanya Pasar Kebon Empring belum memiliki website. Pada era digital saat ini, penggunaan teknologi, salah satunya website sangat berguna untuk memberikan informasi sebanyak-banyaknya untuk dapat menarik pengunjung (Wibisono et al., 2022)(Komalasari, 2020)(Komalasari et al., 2019). Hal ini yang menjadi landasan dalam mengadakan kegiatan pendampingan pembuatan website, agar informasi wisata Pasar Kebon Empring semakin tertata. Tujuan dari pembuatan website selain informasi profil Pasar Kebon Empring, juga informasi produk UMKM baik kuliner dan souvenir.



Gambar 1. Observasi Wisata Pasar Kebon Empring Bintaran

Dengan adanya website, maka pengelola dan pelapak semakin mudah dalam mempromosikan (Wirawan et al., 2021) wisata dan produk UMKM Pasar Kebon Empring kepada khalayak melalui sosial media yang ada. Diharapkan dengan semakin banyaknya media yang mempromosikan website Pasar Kebon Empring, secara tidak langsung juga akan mengenalkan wisata dan produk dari Pasar Kebon Empring. Sehingga wisata Pasar Kebon Empring akan hidup dan menggeliat lagi, serta UMKM dari lingkungan Pasar Kebon Empring dapat berjalan normal kembali.

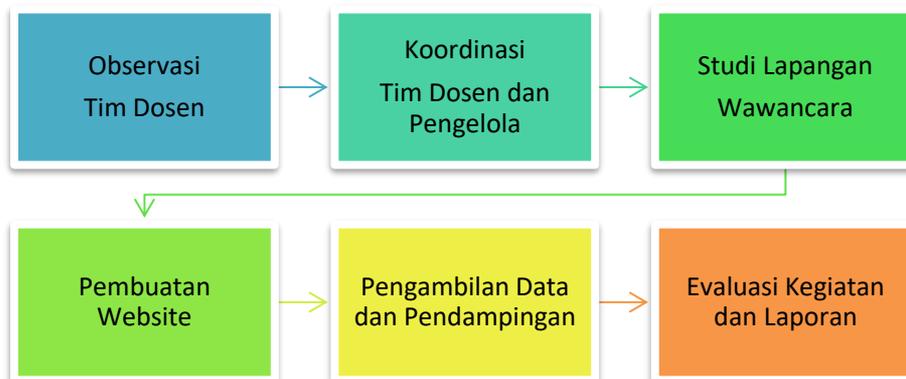
METODE PELAKSANAAN

Pengabdian masyarakat ini terjalin antara program studi Sistem Informasi Universitas Alma Ata dan pengelola Pasar Kebon Empring Bintaran. Kegiatan diawali dengan observasi dari tim dosen, koordinasi dengan pengelola sampai dengan kegiatan dan pelaporan, Gambar 2.

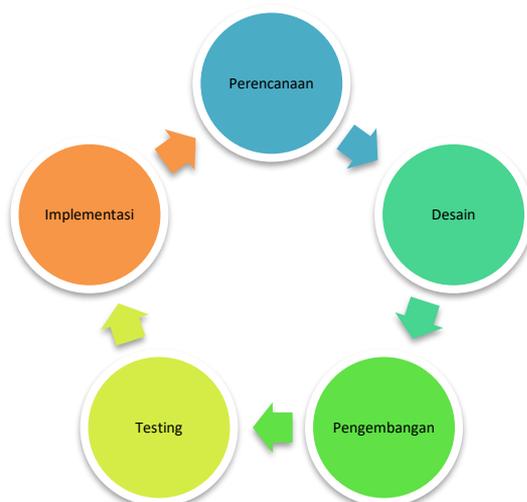
Kegiatan pengabdian masyarakat ini akan dijadikan sebagai kegiatan berkelanjutan, karena proses pembuatan website terutama pada bagian isi website membutuhkan data yang lebih banyak mengumpulkan produk-produk dari pelapak UMKM. Dalam tahap produksi pembuatan website ini menggunakan *Agile Software Development*, sehingga proses pembuatan akan selalu berputar sampai website benar-benar layak untuk dipublikasikan (Christianto & Isputrawan, 2022) Gambar 3.

Perencanaan pembuatan website meliputi kebutuhan sistem yang akan digunakan dan yang mudah dioperasikan oleh pengelola. Desain dari website akan menyesuaikan dengan tema dari profil yaitu bertemakan wisata dan produk UMKM. Setelah perencanaan dan sistem dilanjutkan dengan pengembangan yaitu proses menghubungkan server atau hosting dengan domain sampai website bisa diakses dan sesuai dengan desain. Tahapan testing hanya pada sisi desain dan isi dari website yang

dilakukan pengecekan oleh pengelola Pasar Kebon Empring. Setelah melalui proses testing, dilanjutkan dengan implementasi atau penyebaran website ke pelapak UMKM dan masyarakat luas pada umumnya.



Gambar 2. Alur Kegiatan Pengabdian Masyarakat



Gambar 3. Tahapan Produksi Website

PEMBAHASAN

Pembuatan website dan pendampingan menghasilkan karya website yang bisa diakses pada lama kebonempring.my.id seperti pada Gambar 4. Website Pasar Kebon Empring meski sudah bisa diakses secara publik, peresmian dan penyebaran secara masiv masih menunggu proses pengambilan data (Gambar 5) dan website sudah berisi informasi yang signifikan.

Website Pasar Kebon Empring memiliki logo yang dibuat sendiri oleh pengelola dengan nuansa hijau. Sehingga gambar pendukung agar seirama dan menunjukkan kekhasannya, maka dibuat gambar yang ada unsur pohon bambu atau empring. Pada proses pendampingan dan pengambilan data, pengelola masih kesulitan untuk memberikan data-datanya. Namun, dari segi tampilan website, pengelola sudah merasa baik karena sudah bisa menampilkan yang menggambarkan Pasar Kebon Empring secara keseluruhan.

Hasil dari pendampingan pembuatan website, pengelola dan tim kegiatan dari Sistem Informasi Universitas Alma Ata menyepakati akan dilaksanakan kegiatan yang berkelanjutan. Hal ini merupakan temuan dari tim di lapangan, karena pengelola merasa kesulitan untuk bisa langsung menerapkan ilmu yang didapat. Di

samping itu, banyaknya informasi dan kegiatan yang tersebar sehingga perlu proses untuk menggali informasi yang menarik dan berhubungan dengan wisata Pasar Kebon Empring.



Beranda Tentang ▼ Kontak

SPESIAL DARI KEBON EMPRING

Temukan yang Menarik dari Kebon Empring

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit orla
anean tortor sem, phar etra vitae malesuada alora bolot rouy
.....



Gambar 4. Tampilan Website Kebon Empring



Gambar 5. Proses Pendampingan dan Pengambilan Data

SIMPULAN

Kegiatan pendampingan pembuatan website berjalan dengan baik dan menghasilkan website yang bisa diakses melalui internet. Adanya website Pasar Kebon Empring menurut pengelola merupakan hal yang baik, bisa digunakan untuk menunjang promosi wisata ataupun produk UMKM dari pelapak. Website akan terus dikembangkan, terutama pada sisi konten atau isi yang akan dikelola oleh pengelola dengan bantuan isi dari pelapak.

Saran yang bisa dilakukan untuk kegiatan pengabdian masyarakat ke depan, memberikan langkah-langkah atau panduan baik dokumen atau video dalam pembuatan website. Konten untuk website dari pengelola

dan pelapak, sebaiknya dilakukan manajemen arsip. Pendampingan berkelanjutan bagaimana membuat website menjadi lebih banyak pengunjung dari internet yang akan berdampak pada wisatawan berkunjung ke Pasar Kebon Empring.

DAFTAR PUSTAKA

- Agustian, W. (2013). *Pentingnya Industri Pariwisata untuk RI*. Okefinance. <https://economy.okezone.com/read/2013/10/05/320/876933/pentingnya-industri-pariwisata-untuk-ri>
- Christianto, & Isputrawan, F. (2022). PENGEMBANGAN APLIKASI E-KOST BERBASIS WEBSITE MENGGUNAKAN METODE MICROSERVICE. *JBASE - Journal of Business and Audit Information Systems*, 5(1), 52–65. <https://doi.org/http://dx.doi.org/10.30813/jbase.v5i1.3472>
- Komalasari, R. (2020). MANFAAT TEKNOLOGI INFORMASI DAN KOMUNIKASI DI MASA PANDEMI COVID 19. *TEMATIK - Jurnal Teknologi Informasi Dan Komunikasi*, 7(1), 40,42,44,46. <https://jurnal.plb.ac.id/index.php/tematik/article/view/369/238>
- Komalasari, R., Pramesti, P., & Harto, B. (2019). Teknologi Informasi E-Tourism Sebagai Strategi Digital Marketing Pariwisata. *Altasia Jurnal Pariwisata Indonesia; Vol 2 No 2 (2020): Jurnal ALTASIA (Edisi Spesial Seminar Nasional Pariwisata)DO* - 10.37253/Altasia.V2i2.559 . <https://journal.uib.ac.id/index.php/altasia/article/view/559>
- Nazamuddin, B. S. (2016). *Pembangunan Industri Kreatif dalam Mendukung Pariwisata Aceh*.
- Wibisono, D., Rochmadi, T., Marsuking, Setiorini, K. R., & Ruscitasari, Z. (2022). PENINGKATAN PENGETAHUAN PEMASARAN UKM SEMPE ARUM MANIS BERBASIS WEBSITE. *Amaliah: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 6(1), 83–87. <https://doi.org/https://doi.org/10.32696/ajpkm.v6i1.1364>
- Wirawan, R., Aisyah, N., Rahman, A., Bilgah, Rahmawati, S., Medikano, A., Sebayang, A., & Putra, A. S. (2021). Perancangan Aplikasi Website Menggunakan Macromedia Dreamweaver Mx Untuk Budi Daya Anggrek (Studi Kasus Toko Anggrek Berseri). *Jurnal Ilmiah Teknik Informatika (TEKINFO)*, 22(2), 77–86. <https://doi.org/https://doi.org/10.37817/tekinfo.v22i2.1765>